

im Fokus

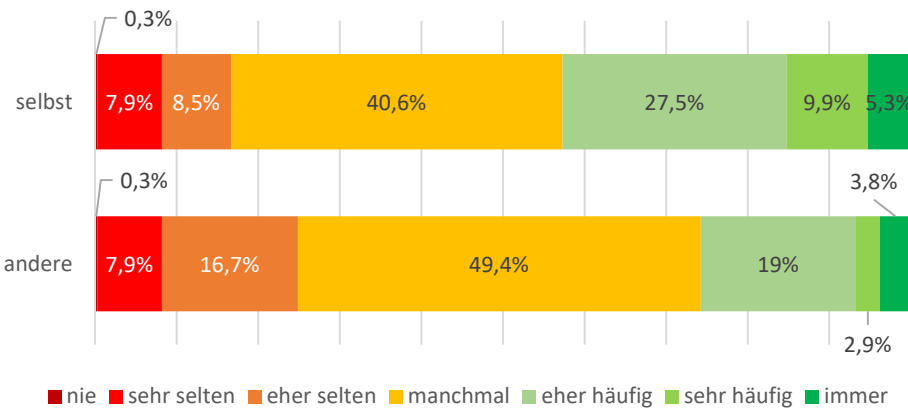


m.core
Science inspired by consumers

Unsere Im Fokus Umfrage beschäftigte sich im August 2021 mit Produkten, die einen positiven Unterschied in der Welt machen. Wir wollten wissen, wie oft Menschen solche Produkte kaufen und ob sie bereit sind für diese Produkte mehr zu bezahlen.

Wie oft kaufen Sie Produkte, die einen positiven Unterschied in der Welt machen?
Wie oft kaufen *andere Menschen* (Ihres Geschlechts und Alters) solche Produkte?

© www.wu.ac.at/mcore



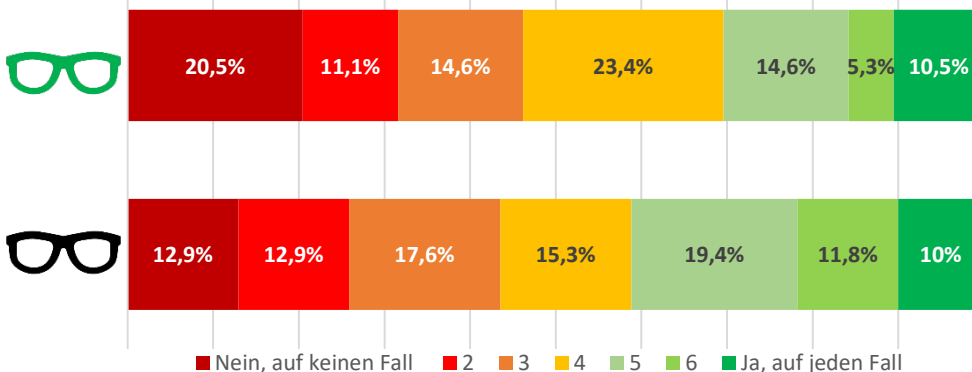
Die meisten Befragten denken, dass andere Personen seltener Produkte kaufen, die einen positiven Unterschied machen ($t(314) = 5.44, p=.000$).
Frauen haben dabei die Nase vorne und beim Einkauf häufiger einen Blick auf das große Ganze ($M= 4.45$) als Männer ($M= 4.14$; $F(313) = 4.178, p < .05$).

Unterstützen Menschen Crowdfunding Produkte mehr, wenn diese einen positiven Unterschied machen? Jeder sah nur ein Produkt:

... eine ultraleichte Brille vs.

... eine ultraleichte Brille bei der ein Teil des Gewinns für Augen-OPs in der 3. Welt verwendet wird.

Würden Sie dieses Produkt unterstützen?



Wie viel würden Sie für die Brille maximal ausgeben?

Durchschnittlich **43,72€**

Durchschnittlich **43,25€**

Crowdfunding ist eine Finanzierungsart, die von einer Vielzahl an Nutzern im Internet, die sich mit kleinen Geldbeträgen an innovativen Produktideen und anderen Arten von Projekten beteiligen, gestemmt wird.

Die gute Nachricht: unsere Teilnehmer:innen waren eher bereit ein Produkt zu unterstützen, das einen positiven Unterschied macht ($t(313) = -2.070, p < .05$).
Die schlechte Nachricht: der Unterschied war sehr klein (ein halber Punkt auf einer 7-stufigen Skala) und es gab keinen Unterschied in der Zahlungsbereitschaft.

315 Teilnehmer*innen (50% männlich, 49,4 % weiblich, 0,6% andere) haben unsere „Im Fokus“ – Umfrage beantwortet. Das durchschnittliche Alter betrug 41.8 Jahre (Standardabweichung 13,4).

Sie wollen in Zukunft auch an Im Fokus teilnehmen?
Ein E-Mail an mcore@wu.ac.at genügt.